



Food & Wine Made in Veneto

codice progetto 52-0001-1987-2018

Progetto Finanziato da FONDO SOCIALE EUROPEO

DGR 1987 del 21/12/2018 - Botteghe e Atelier aziendali

Domanda - Finanziamento dell'offerta - Asse 1 - Occupabilità - Area Formazione - con Regimi d'aiuto

POR 2014 – 2020 - Ob. "Investimenti a favore della crescita e dell'occupazione"

Il progetto è stato selezionato nel quadro del Programma Operativo cofinanziato da FSE e FESR e secondo quanto previsto dall'Autorità di Gestione, in attuazione dei criteri di valutazione approvati dal Comitato di Sorveglianza del Programma

Descrizione

Sempre più frequentemente il turista che visita l'Italia vuole vivere esperienze legate all'artigianalità: è il marchio Made in Italy a garantire l'attrattività del nostro paese. Tra le produzioni del Made in Italy maggiormente proficue vi è l'enogastronomia che permette all'Italia di vantare diversi primati: per esempio a livello mondiale il 21% delle produzioni agroalimentari di qualità sono italiane. Non è però solo la qualità dei prodotti a rappresentare il patrimonio del settore ma anche la professionalità degli agricoltori, l'ingegno di chi trasforma il prodotto in alimento e la bellezza delle sedi che ospitano le aziende. Una ricerca sul rapporto tra Heritage e comunicazione svolta dalla rivista italiana Advertiser ha dimostrato che il 62% della popolazione considera importante per una Marca l'essere prodotta da un'Impresa che è sul mercato da molto tempo: il sistema valoriale attribuito ad un brand che vanta una storia appare particolarmente ricco. È quindi fondamentale sostenere l'impegno delle imprese nello sviluppo del turismo imprenditoriale che può rappresentare un'opportunità di crescita sia per il settore turistico che per l'economia del territorio. Per raggiungere questo obiettivo è necessario partire da un percorso che permetta alle aziende di acquisire le competenze necessarie a mappare e catalogare la propria storia per poi poterla trasferire ai dipendenti e quindi condividere con tutto il territorio, ricorrendo alle più innovative tecnologie che il mercato mette a disposizione. Solo in questo modo il valore del prodotto andrà oltre il proprio essere, producendo in sé brand e reputazione.

Il progetto prevede interventi formativi relativi sia alla fase di "Deposito e Archivio" che a quella di "Condivisione". Nella prima fase l'obiettivo è quello di raccogliere e mappare il patrimonio delle aziende partner partendo da dati, libri storici ma soprattutto dalla memoria di dirigenti e dipendenti storici. Oltre a ciò, sempre nella fase iniziale, verranno forniti strumenti e competenze utili a garantire un'organizzazione efficace dei dati raccolti: verrà analizzato lo strumento del "tour virtuale" e saranno fatte visite studio in aziende e realtà che possono costituire delle "best practice" nell'ambito degli atelier aziendali. Successivamente, nella seconda fase, si punterà a trasmettere questo sapere in primo luogo tra tutti i dipendenti delle aziende coinvolte: perché il valore di una tradizione storica possa essere realmente compreso all'estero è fondamentale che ci sia consapevolezza prima di tutto tra chi contribuisce a mantenerla viva. Sempre in questa fase le aziende partner si incontreranno al fine di condividere quanto appreso e dar vita ad una collaborazione volta a valorizzare il Made in Veneto nei territori coinvolti.

Coerentemente con quanto indicato nella Direttiva il progetto, relativo alla Linea 2, coinvolge imprese storiche di dimensioni medio – grandi con l'obiettivo di garantire loro un percorso di sviluppo volto a realizzare veri e propri musei d'impresa dove custodire la storia e l'eredità aziendale di realtà che da decenni rappresentano un punto di riferimento per il territorio in cui sono collocate. Nello specifico gli output finali saranno un tour virtuale, un progetto di digitalizzazione degli archivi aziendali, la creazione di pubblicazioni multimediali rivolte al cliente estero, e l'allestimento di due mostre temporanee. Quanto raccolto e appreso diventerà quindi vetrina del loro Brand Heritage e permetterà di rendere unico il marchio aziendale valorizzando il patrimonio storico dell'impresa e comunicando allo stesso tempo valori e identità del brand esaltandone storia, longevità e valori fondanti.

Raggiungere questi risultati non porterà beneficio solamente alle singole imprese coinvolte ma garantirà la valorizzazione dell'intero territorio regionale: si tratta, infatti, di realtà con una rete di collaborazioni istituzionali e aziendali molto estesa che saranno coinvolte nella fase di condivisione verso l'esterno di quanto appreso e raccolto durante il progetto e che contribuiranno a garantire una fruibilità non solo commerciale ma anche turistica di questi territori. Rendere delle realtà di queste dimensioni un punto di interesse culturale attraverso la



creazione di musei o mostre porterà inoltre benefici in termini occupazionali all'interno delle aziende ma di tutte le realtà coinvolte nel settore turistico.

Durata 12 mesi

Destinatari Il progetto, afferente alla Linea 2, coinvolgerà nelle varie fasi tipologie diverse di destinatari. Nella fase iniziale saranno coinvolti principalmente dirigenti dell'azienda o figure professionali con uno storico aziendale elevato: la scelta è dovuta proprio alla volontà di garantire un'efficace mappatura e archiviazione del sapere dell'azienda. Successivamente gli interventi formativi e di accompagnamento vedranno il coinvolgimento anche di tutti gli altri dipendenti con una netta preponderanza di personale tecnico e impiegatizio poiché l'intento sarà quello di condividere l'eredità storica rendendola patrimonio comune e aggiornandola, allo stesso tempo, secondo le più recenti innovazioni che hanno caratterizzato le imprese partner negli ultimi anni. Puntando sul concetto di Knowledge management ("conoscenza comune"), dunque, si cercherà di rendere tutti i partecipanti coinvolti realmente consapevoli dell'identità societaria trasformandoli nei primi promotori dell'azienda.

Gli interventi previsti dal progetto Il progetto prevede tre fasi, come da direttive del bando. Nella prima fase verranno realizzati alcuni interventi volti a raccogliere e mappare il patrimonio aziendale. Nello specifico sono previsti:

- Una borsa di studio gestita dall'Università degli Studi di Padova volta a raccogliere le strategie messe appunto nel tempo dalle organizzazioni per il trasferimento del know how oltre che i modelli relazionali di trasferimento del saper fare e del saper essere, chiave di volta del mantenimento e sviluppo del patrimonio delle imprese sia esso materiale o immateriale;
- Un intervento formativo che verrà realizzato con modalità innovative al fine di garantire un'efficace archiviazione dei dati storici aziendali;
- Un intervento formativo frontale volto a far conoscere ai partecipanti lo strumento del tour virtuale:
- Un laboratorio dei feedback volto a fare brainstorming tra le realtà partner al fine di mappare i valori fondanti dell'azienda;
- Due action research per la creazione di un piano di knowledge mangment;
- Tre visite studio in Francia, Cina e Stati Uniti volte a far conoscere alle imprese venete alcune realtà che sono state in grado di valorizzare la loro eredità storica rendendola strumento di marketing e sviluppo.

La seconda fase, invece, sarà volta a trasmettere ai partecipanti gli strumenti necessari a garantire la condivisione della propria eredità storica sia verso l'interno che verso l'esterno. Saranno realizzati i seguenti interventi:

- Due interventi formativi realizzati con modalità esperienziali (Bootcamp) volti a garantire la conoscenza del patrimonio storico aziendale a tutti i dipendenti dell'azienda e ad acquisire le competenze necessarie a valorizzare la propria realtà nell'ambito del contesto turistico territoriale.
- Un intervento interaziendale di confronto tra tutti i partner di progetto il cui obiettivo sarà quello di costruire una rete in grado di valorizzare non solo delle specifiche realtà aziendali ma un intero patrimonio e i suoi prodotti.
- Un intervento realizzato in modalità Teatro d'Impresa che avrà come obiettivo quello di imparare valorizzare la differenza tra il passato le possibili innovazioni introdotte dalle persone recentemente inserite in azienda.

L'ultima fase, attraverso tre eventi e l'attività di promozione, avrà come obiettivo quello di riscoprire le realtà aziendali coinvolte con un'ottica orientata alla valorizzazione del territorio.

Per informazioni **SPINUSO PAOLA - Irecoop Veneto**
tel 049 80 76 143 - fax 049 80 76 136
e-mail p.spinuso@irecoop.veneto.it